

УДК 070(477)-057.874

ТЕЛЕМОВЛЕННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ЮНАЦТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Кошак К.О.

Питання підготовки телевізійних програм для юної аудиторії підіймалися як практиками, так і теоретиками журналістикознавства. Серед ґрунтовних праць про особливості телемовлення для дітей та юнацтва, побудову програм, специфіку роботи з юними журналістами можна назвати колективні праці Л.С. Школьника та В.С. Хелемендика [1], В.М. Возчикова, Л.А. Кияниці, В.В. Ксенофонтова [4], під редактуванням Г.А. Галочкіної [5]. Цінним джерелом інформації з обраної тематики є наукова робота О.А. Медведєвої [3]. Дискусії про проблеми розвитку дитячого телемовлення публікує газета „День” [6], інтерв'ю з фахівцями галузі можна прочитати на сторінках інтернет-видання „Телекритика” [7]. Проте згадані вище теоретичні роботи вийшли в світ ще 15-25 років тому і, зважаючи на швидкий розвиток сучасного суспільства, частково застаріли та вимагають перегляду певних положень. Більш сучасні публікації у періодичній пресі переважно вказують на проблеми, які притаманні галузі телемовлення для дітей та юнацтва, не пропонуючи конкретних кроків для їх вирішення. У цій статті ми зробили спробу не тільки окреслити проблеми, а й запропонували певні шляхи їх розв'язання.

Метою цієї статті є виявлення стану сучасного дитячого телемовлення, відстеження позитивних та негативних властивостей його функціонування, вироблення напрямків подальшого розвитку.

Постановка проблеми. Зробимо для початку невеликий огляд медіаринку, зокрема його телевізійного його сегменту. Наприкінці ХХ століття телебачення в Україні позбулося державної монополії. Нині стрімко розвиваються недержавні телекомпанії. На теренах України зареєстровано понад 1200 телерадіоорганізацій різних форм власності. Поширення електронних засобів масової інформації вимагає створення продукції, різної за тематикою та жанрами. В умовах ринкової конкуренції ми можемо спостерігати сьогодні боротьбу телеканалів переважно за дорослого глядача, оскільки превалюють програми, розраховані саме на аудиторію 18-45 років: це найбільш платоспроможна, активна аудиторія, „споживачі” реклами. Таким чином, власники телекомпаній не беруть до уваги той факт, що сьогоднішні підлітки вже через десятиліття стануть активними громадянами держави, від яких залежатиме подальше функціонування суспільства, основи якого вже сьогодні закладаються в тому числі і засобами телебачення. Маємо констатувати, що телевізійне мовлення України для дітей та юнацтва складається сьогодні із нечисельних розважальних програм переважно регіональних виробників і не завжди високої якості. Окрім того, аналіз наукової літератури з теорії журналістики та екранних мистецтв, психолого-педагогічних джерел із питань дитячого розвитку та їх ставлення до телеперегляду дозволяє говорити про те, що дитяче телемовлення України перебуває у кризовій ситуації, що обумовлюється у

переважній більшості застосуванням застарілих та відживших форм подачі відеоматеріалу для юної аудиторії та недостатністю сучасних теоретичних розробок з підготовки дітей до телевізійок.

Незважаючи на загальний кризовий стан дитячого мовлення, у цій галузі телебачення нами помічено певні позитивні специфічні риси. Передусім, воно характеризується переходом на новий комп'ютерний спосіб виробництва з залученням анімаційних елементів. Такі нововведення до програм є далеко не у всіх виробників дитячої телепродукції. Це пояснюється незацікавленістю спеціалістів комп'ютерної графіки дитячою тематикою, а також відсутністю відповідних спеціалістів у регіональних телекомпаніях. Крім того, відбувся перехід від дидактично-повчального способу подачі відеоматеріалу до більш легкого для засвоєння юним глядачем – інформаційно-розважального. Таким чином в українському телевізійному просторі знайшов своє місце й поширення „інфотеймент”, що вже ствердився у західному світі як телевізійний жанр розважального інформування.

Однак редакторам програм варто враховувати те, що сучасне телемовлення для дітей та юнацтва має і негативні тенденції, що характерні для всіх ЗМІ. Зокрема, йдеться про елемент катастрофізму. Автори, зокрема, дитячих програм часто-густо намагаються подавати інформацію у стилі сенсаційності або надособливої важливості. Не слід забувати, що для молодших школярів отримання будь-якої інформації про світобудову та устрій суспільства є переважно новим знанням. Тому посплене нагнітання сенсаційності може призвести до підвищеного збудження.

Ще однією специфічною рисою вітчизняного телевізійного мовлення як для дорослої, так і для дитячої аудиторії є побудова програм із обов'язковим розіграшем призів. Глядачів намагаються залучити до перегляду не стільки корисною чи пізнавальною інформацією, а насамперед подарунком. Тобто телеглядач перевіряє вірність своїх відповідей не стільки заради підтвердження власної ерудованості, а тільки заради отримання матеріального заохочення. Те саме можна сказати і про зворотній зв'язок. Щоб утримати інтерес телеглядачів, а тим більше спонукати аудиторію до дзвінків у студію або листування, автори телепрограм вигадують різні заохочення. Таким чином, подібна система заохочень, на наш думку, є перешкодою у створенні справжнього інтересу заради нових знань і лише закріплює корисливий підхід у виборі телепрограм для перегляду.

Проведений нами аналіз сучасного стану українського телебачення для дітей та юнацтва дозволяє визначити типологічні та жанрові особливості телепрограм. Лідером серед телемовників дитячих програм є УТ-1. Цей канал систематично та планомірно насичує денний телеефір дитячими передачами. Першість у заповненні ранкового ефіру саме програмами належить каналу „Інтер”, який транслює програми Студії „Маски”. Нині більшість телемовників ранковий ефір заповнює мультфільмами. У часовий проміжок із 17 до 20 години телепродукція для дітей взагалі відсутня у програмах загальноукраїнських та регіональних каналів. Не спостерігається також розмаїття у виборі вечірніх програм, як правило, вони наповнюються „Вечірніми колісанками”, складовим елементом яких знову ж таки є мультфільми.

Щодо мультиплікаційної продукції, зазначимо, що в українському дитячому мовленні переважає іноземна мультиплікація, художні фільми та серіали. Це призводить до того, що телебачення показує дійсність, далеку від тієї, в якій перебуває більшість дитячо-юнацької аудиторії.

На нашу думку, соціально-проблемна функція дитячо-юнацького телебачення не знаходить повною мірою свого відображення у передачах для дітей та підлітків. Дитячі передачі центральних каналів переважною більшістю втілюють інформативно-пізнавальну та розважально-компенсаторну функції, реально витісняючи на другий план соціальну проблематику.

Серед негативів сучасного вітчизняного телебачення для дітей та юнацтва можна назвати і тенденцію до того, що глядачі дорослішають швидше, аніж та телепродукція, що розрахована на їх сприйняття. Вченими доведено той факт, що у наш час активного розвитку комунікативних технологій сучасне юне покоління розвивається швидше, дорослішає швидше. Тому ми можемо спостерігати процес невідповідності загальної концепції програми та рівня психологічного стану аудиторії, на яку вони розраховані. Навіть ті нечисельні телепрограми, що адресовані підліткам та юнакам, містять елементи та форми, розраховані явно на більш молоду аудиторію. Відсутність сучасних форм подачі телевізійного матеріалу саме підлітково-юнацькій аудиторії призвела до того, що і у без того нечисельному дитячому мовленні переважають програми для наймолодших школярів, а саме для дітей 4-10 років. До того ж у той час, як у всьому світі простежується тенденція до реалізації програм для глядачів з різними фізичними вадами, в українському телебаченні для такої категорії дітей телевізійні програми майже цілком відсутні, зокрема продукція для юних глядачів з вадами слуху. В інформаційних програмах для дорослих практикується сурдопереклад. Серед телепрограм для дітей та юнацтва українського виробництва програми з сурдоперекладом відсутні.

У програмах для підлітків та юнаків помічена тенденція до створення телепередач, що розраховані на дівочу аудиторію. Хлопчакові інтереси у переважній більшості вітчизняної телепродукції не враховуються. Зокрема, немає програми для юних глядачів, яка б спеціалізувалась на показі інформації етнічного напрямку, спортивного, військового. Таким чином, маємо констатувати, що сучасне телебачення уникає закріплення серед хлопців образів надійного голови майбутньої родини, громадянина, що захищає інтереси гуманізму, відстоює інтереси своєї Батьківщини. Натомість активно пропагується образ успішної людини, яка розкошує та витрачає кошти, не завжди зрозуміло, коли та яким чином зароблені.

Разом із тим окреслимо кілька орієнтирів сучасного телебачення, що цілком можна вважати невід'ємними його рисами. Отже, сучасне телебачення:

1. Формує у дитини образ соціальної реальності, не цілком адекватний дійсності.
2. Знижує власний творчий підхід до розв'язання проблем, з якими підрастаюче покоління стикається в житті.
3. Послабляє прагнення юних глядачів досягати поставленої мети.
4. Зменшує здатність дитини будувати свої власні стосунки з оточуючими.
5. Погіршує розумові реакції у любителів проводити багато часу перед телеекраном.

Ще однією специфічною рисою сучасного українського телебачення є активний показ насильства. Однак вплив насильства на глядацьку аудиторію за допомогою телеекрану може бути подвійним. По-перше, викликати швидку та безпосередню реакцію. По-друге, він може бути опосередкованим, тобто спричиняти уповільнений вплив. Дитина може запам'ятати нові для неї способи насильства і використати їх через деякий час у конфліктній ситуації. Показ насильства має сенс лише тоді, коли воно змушує замислитись глядача, ініціює у нього бажання до позитивних дій, а не навпаки. У такому випадку з'являються підстави говорити про великі виховні можливості телебачення.

На сучасному етапі розвитку вітчизняного дитячого телебачення актуальною проблемою його функціонування стає організація позитивного впливу оригінальної телепродукції на свідомість аудиторії, створення розвиваючих програм для інтелектуального розвитку дитини. Таке телебачення покликане сприяти всебічному розвитку юної особистості. Акцент пріоритетно ставити на роботі з творчим потенціалом дитини, вихованні естетичних почуттів, мовного та образного мислення, духовно-морального ставлення, засад культури, формуванні соціального інтелекту, навичок спілкування. Подібна концепція дитячого телевізійного мовлення має бути складовою частиною модернізації соціальної та освітньої сфер суспільства, яка зберігає принцип демократичного управління процесом виховання.

Для сучасного українського телебачення для юних глядачів актуальним стає питання створення саме розвиваючих програм, які мають бути направлені на цілісний, всебічний та гармонійний розвиток особистості дитини, на духовне становлення, інтелектуальну освіту, фізичне, соціальне та патріотичне виховання юних громадян України. Тому варто відсунути розважальну функцію на другий план і робити акцент на вихованні критичного ставлення юних глядачів до отримуваної інформації, стимулювати бажання відшукати підтвердження або спростування побаченого та почутого з екрану в інших джерелах.

Беручи до уваги все вищевикладене, окреслимо кілька заходів, які, на нашу думку, мають сприяти виведенню дитячого мовлення з кризової ситуації. По-перше, на законодавчому рівні ухвалити відповідне рішення, яке регламентувало б види продукції, що дозволяється рекламувати у телепрограмах для дітей до 14 років. Це сприятиме залученню певних інвестицій у сферу дитячого телемовлення, які сприятимуть її розвитку. Крім того, варто окреслити форму, час та місце у телепрограмі, де дозволяється рекламувати ту чи іншу продукцію.

По-друге, не хтувати телепрограмами для дітей та юнацтва під час телевізійних виступів кандидатів у будь-які органи влади. В обраній нами для аналізу часовий проміжок – 2004-2005 роки – в Україні активно проводились передвиборчі кампанії у центральні органи державної влади. У цей період з сітки мовлення багатьох каналів зникли вечірні дитячі програми, оскільки саме у вечірній час виступали кандидати до тих чи інших органів влади. Припинити подібне хтування дитячою телепродукцією вбачається нам можливим відповідним рішенням Національної Ради України з питань телебачення і радіомовлення, яке б містило зобов'язання переносити на певний час раніше телепрограми, адресовані дітям. Мас-медійні організації, які отримують ліцензії на право мовлення, мають дотримуватись подібного зобов'язання. У разі його невиконання варто застосовувати штрафні санкції. Відслідковувати дотримання подібного рішення мав би взяти на себе відповідний відділ моніторингу Національної Ради.

По-третє, сприяти розвитку приватних дитячих телестудій, де у створенні телепрограм беруть участь юні журналісти. На сьогодні у Національній Раді України з питань телебачення і радіомовлення як самостійний мас-медійний орган для дітей офіційно зареєстровано лише одну дитячу телестудію. У зв'язку з цим доцільно було б сприяти не тільки розвитку, а й розповсюдженню виготовленої фахівцями подібних студій продукції на вітчизняних телеканалах.

Висновки. Загальнонаціональним каналам та тим, що охоплюють значну територію України, доцільно звернути увагу на мультиплекційне наповнення своєї сітки мовлення, а також оформлення дитячих програм. Сучасні комп'ютерні технології дозволяють робити технічно якісну продукцію. Зрозуміло, що вироблення повноцінної

мультиплікаційної продукції можливостями однієї невеликої телекомпанії малоймовірно, оскільки вимагає ґрунтового фінансування. Мова у даному випадку йде про великі телевізійні канали. На нашу думку, їм варто зробити ставку на власне виробництво мультиплікаційної продукції з сюжетами, притаманними нашій ментальності та образу життя. Подібні анімації будуть цікаві і на телевізійному ринку сусідніх слов'янських держав.

Педагогам та фахівцям, що безпосередньо працюють із юними журналістами, варто приділити особливу увагу мові своїх вихованців, оскільки часто-густо діти з екрану говорять завченими фразами, які втрачають специфічну експресивність, властиву саме дитячому мовленню. Щоб зменшити ефект „завченості” діалогів та додати безпосередності у розмови телегероїв, варто основну ідею програми та репліки давати дітям безпосередньо на знімальному майданчику. Таким чином, саме під час зйомок дитина вперше переживатиме зацікавленість та інтерес до своєї ролі чи події, яку висвітлює, і камера зможе зафіксувати саме первинні відчуття, які так важливі для дитячого телемовлення. Репліки ж, які юний вихованець телемайстерні отримує для домашнього вивчення, під час зйомок у студії стають невиразними, оскільки дитина психологічно вже пережила свою роль, коли запам'ятовувала її вдома.

Крім того, ґрунтовним помічником у засвоєнні техніки екранної мови можуть бути педагогічні напрацювання та авторські розробки Ю.П. Єлісовенка, основна частина яких викладена у ряді статей [2].

Утілення в життя запропонованих нами напрямків поліпшення ситуації, що склалась сьогодні навколо телемовлення для дітей та юнацтва, дозволить вивести цю галузь медіаринку з кризового становища та розбудувати її як один з сегментів інтелектуального розвитку, виховання та освіти молодого покоління.

Список літератури

1. Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: Л.С. Школьник, В.С. Хелемендик. – М.: Изд. АН СССР, 1989. – 116 с.
2. Єлісовенко Ю. П. Логічні паузи в тексті та мовленні // Стил ь і текст: Зб. наук. праць. – К.: Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – Випуск 1. – С. 181-185; Єлісовенко Ю. П. До питання про методику практичного оволодіння мистецтвом красномовства // Культурна політика в Україні у контексті світових трансформаційних процесів: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: ДАККІМ, 2001. – С. 223-225; Єлісовенко Ю. П. Культура і техніка мовлення в тележурналістиці // Стил ь и текст. – 2001. – №2. – С. 168-175; Єлісовенко Ю. П. Переконливість в ораторському мистецтві та умови її створення // Теоретичні питання культури, освіти та виховання. – Вип. 18. – К.: КНЛУ, 2001. – С. 92-93.
3. Медведева О. А. Телепрограммы для детей и юношества: тематика, визуальная структура, особенности восприятия: Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Минск, 1990. – 173 с.
4. Телевидение и дети / Сост. В.М. Возчикова, Л.А. Кияница, В.В. Ксенофонтов. – М.: Искусство, 1976. – 160 с.
5. Телеэкран приглашает детей: Сб. ст. / Сост. и авт. вступ. статьи Г. Галочкина. – М.: Искусство, 1976. – 183 с.
6. www.day.kiev.ua
7. www.telekritika.kiev.ua

Поступила до редакції 10.08.2006 р.